



Seo!
visibilité

Capacité à être trouvé sur le **web**, dans l'**IA**, dans les magasins d'app, sur les réseaux sociaux, dans les eboutiques, sur GoogleMaps-Travel-Shopping, sur les podcast, jobboards ...

Taxinomie

UX physique web mobile sociale metavers

face à face téléphone web1 2 web3 in APP push réseaux sociaux réseau spé metavers marque meta gén

DIGITAL mindset

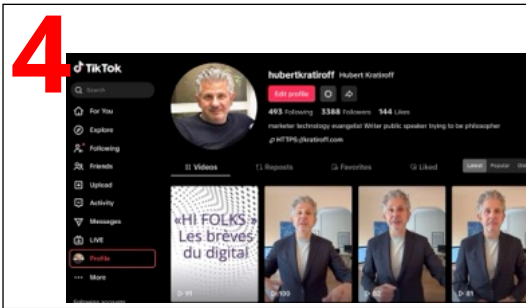
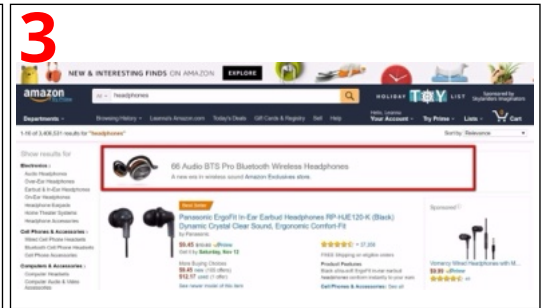
Seo!

5 first search places
5 first search engines ?



GOOGLE MISSION STATEMENT

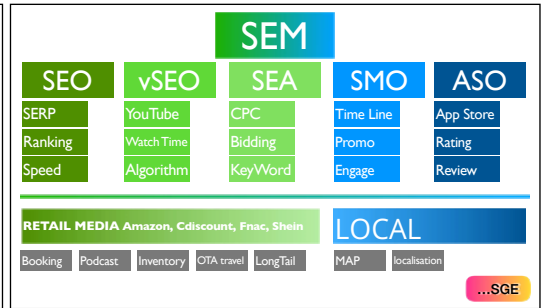
"to organize the world's information and make it universally accessible and useful"



SEARCH = référencement = SEM

SEO + SEA + ASO + SMO + Local + retail media

SXO / GEO / SGE / SAIO / AEO



AEO **SGE**

SAIO **GEO** **AI search** **SAIO**

mots-clés plus longs et conversationnels
GEO generative engine optimisation
plus de langage naturel pour poser les questions à Google

IA générative comprend l'intention de recherche et le contexte d'un utilisateur (ZMOT, micro-nano moment)
changements dans les mots-clés que les utilisateurs utilisent.

search artificial intelligence optimization
ANSWER ENGINE OPTIMIZATION
AEO



Geo!

→ **Aeo**

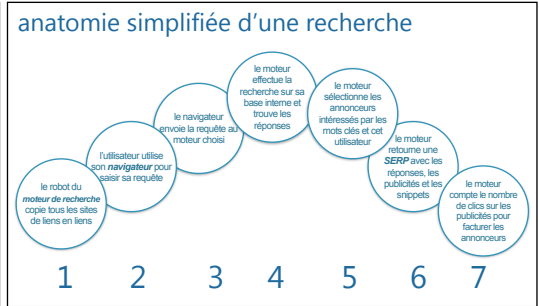
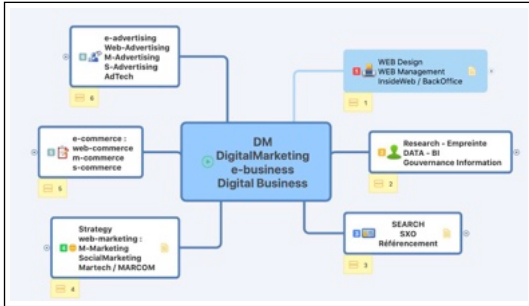
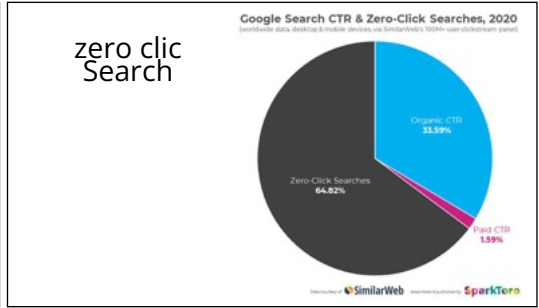
Comment fonctionnent les moteurs pilotés par l'IA?

Search Engines (SEO) VS Generative Engines (GEO)

- S'appuient sur des mots-clés: Les moteurs de recherche traditionnels s'appuient sur la correspondance entre les requêtes des utilisateurs et les mots-clés pour obtenir des résultats pertinents.
- Résultats basés sur les liens: Les résultats sont principalement déterminés par la forme, le nombre et la qualité des liens entrants vers une page.
- Résultats spécifiques à une source: Chaque résultat provient d'une source distincte et les utilisateurs doivent visiter des pages individuelles pour rassembler les informations.
- Des clics sont nécessaires pour une information précise: Les utilisateurs doivent cliquer sur des liens et visiter des sites pour obtenir des réponses complètes.
- Recherche locale: Chaque recherche est ciblée comme une requête distincte, sans mémoire des recherches précédentes.
- Comprennent le contexte et le langage naturel: Les moteurs pilotés par l'IA utilisent un traitement du langage naturel pour comprendre l'intention et le contexte des requêtes, même en l'absence de mots-clés spécifiques.
- Réponses résumées et multi-sources: Les moteurs pilotés par l'IA fournissent des réponses résumées provenant de sources multiples, évitant ainsi qu'il soit nécessaire de visiter des pages individuelles.
- Réponses intégrées à travers plusieurs sources: L'IA résume des informations provenant de plusieurs sources pour offrir une réponse unique et cohérente.
- Réponses dans l'outil: L'IA fournit des réponses directement dans l'interface, éliminant souvent toutes les informations nécessaires sans nécessiter de clics supplémentaires.
- Interactions contextuelles continues: Les recherches pilotées par l'IA comprennent le contexte des interactions précédentes, ce qui permet de poser des questions de suivi qui s'appuient sur les requêtes antérieures.

SEO
Keyword
Cocon Semantic
EEAT

GEO SAIO
Topic
Cocon Semantic
EEAT
AEO



SEARCH ENGINE SERP

Bing, brave search, DuckDuckGo

2025-2026

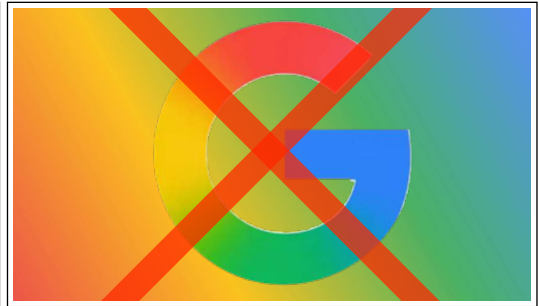
SGE RESPONSE ENGINE AEO - GEO

BROWSER

Safari, chrome, Firefox Browser, Microsoft Edge, perplexity, comet

LOGICIEL LE PLUS UTILISÉ AU MONDE

NAVIGATEUR



no AI
no business

A2A : agent to agent - MtoM : machine to machine

IA Réponse directe Zéro clic vs. Visite 2 à 3 sites

IA Business Model Abonnement vs. Publicité

↓

IA Baisse du trafic des sites (marque, news, info, eshop)

IA change de business model





Définition Retail Media

consiste à utiliser les **espaces médias** des détaillants (point de vente, distributeur, retailer...) pour atteindre les consommateurs pendant leur parcours d'achat, que ce soit en magasin physique (off site) ou en ligne (on site) ■

Définition Retail Media

formats tels que les écrans vidéo, les **étiquettes numériques**, les affiches interactives, les bornes, les bannières sur les sites marchands ou les newsletters.

Le retail media permet aux marques (annonceurs, industriels...) d'atteindre les consommateurs au moment même de l'acte d'achat et de les influencer dans leur choix ■

Définition Retail Media

Pub financée par les marques (industriel annonceur) et diffusée par les distributeurs (enseigne détailler) ancien stop rayon PIV leaflet catalogue affiche sur le chariot \ migre de l'affiche parking ou chariot ou rayon au mobile du client.

Infinity : 17m encarté monop fran itm casino = extension audience = look alike audiences = pour optimiser plan media = open web VOL video online + display IAB + yt fb snap = precision marketing \ repetition 6 à 8 touchpoint \ persona sur comportement achat \ tjs FPD \

Carrefour links = Criteo : 'retail media plateforme' LiveRamp = plateforme d'insights donc de DATA = accès à la donnée en temps réel avec granularité à l'EM au jour le jour + insight pour affiner les persona et les DSP = acces self service sur les plateforme

ON SITE = sur les websites

uplift = augmentation des ventes = sur carrefour.fr

reach mini 1 million d'impressions pour être statistique bon

construire les audience

nouvelle forme de adtech inventée par amazon en copiant google en 2010 produit sponsorisés = sponsor search = mmm marketing mix modeling optimisation des investissements media communication marketing

Retail Media

dernier né de la famille search, publicité, AdTech, data(FPD)

Au milieu de plusieurs catégories

